

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penelitian mengenai industri pariwisata menunjukkan perubahan kearah pariwisata halal yang didorong oleh pertumbuhan jumlah populasi muslim diseluruh dunia (Battour & Ismail, 2015). Menurut Global Muslim Travel Indeks 2021 Mastercard dan Crescent, pada tahun 2026, diperkirakan akan tumbuh menjadi 230 juta orang. Islam adalah agama yang membimbing perilaku manusia dalam semua aspek kehidupan. Salah satu panduan dalam Islam mengatur perilaku konsumsi manusia. Al-Qur'an juga telah disebutkan tentang apa yang halal dan melanggar hukum untuk konsumsi manusia (Al Maidah:3; Al Baqarah:173). Selain itu, Al-Quran juga menjelaskan bahwa seorang Muslim dianjurkan untuk mengkonsumsi makanan halal dan baik (Al Baqarah: 168; Al Mu'minin:51). Oleh karena itu, kehalalan makanan dan minuman menjadi pertimbangan utama bagi seorang Muslim.

Keyakinan agama menuntun seorang Muslim untuk melakukan apa yang diperintah dan ditinggalkan, juga apa yang dilarang oleh Allah. (Machali, 2013) mengatakan bahwa dalam Islam, konsep halal adalah kunci utama dalam konsumsi. Pertimbangan konsumen terkait makanan halal bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan berdasarkan ajaran agama, tetapi juga untuk memastikan keamanan makanan. Menurut (Alfarisi, 2017) menyatakan bahwa makanan halal tidak hanya berkaitan dengan masalah agama, tetapi juga berhubungan dengan bidang bisnis dan perdagangan yang berkaitan dengan gaya hidup sehat.

Hal ini menjadi bukti bahwa pasar halal terus tumbuh dan didukung oleh kesadaran akan pentingnya kualitas dan keamanan produk. Selain itu, adanya pergeseran persepsi konsumen terhadap konsep dari halal. Menurut Dewan Ekonomi (2011), pasar halal semakin tumbuh cepat dan meningkat sekitar 25% per tahun (Waskito, 2015). Pasar halal juga diprediksi akan mencapai US\$80 miliar per tahun secara global dan industri makanan halal memperkirakan tingkat pertumbuhan adalah 7% setiap tahun (Abdul Aziz, 2013).

Perkembangan industri halal tidak hanya ditemukan pada negara Muslim. Peningkatan populasi Muslim di negara-negara non Muslim berkontribusi terhadap tingginya jumlah kebutuhan industri halal, terutama produk makanan halal untuk Muslim sendiri. Meningkatnya populasi Muslim di Dunia ini juga mendorong peningkatan kesadaran konsumen Muslim untuk produk halal. Populasi muslim di dunia diprediksi akan terus meningkat. Proyeksi pupolasi muslim tahun 2015 diperkirakan sebanyak 1,8 miliar atau 24,1%, dan akan terus meningkat menjadi 31,1% dengan 3 miliar penduduk pada tahun 2060 (Pew Research Center, 2017). Oleh karena itu, ketentuan kebutuhan umat Islam juga akan terus meningkat.

Pemenuhan kebutuhan konsumsi Muslim berbeda karena permintaan untuk makan makanan halal dan baik, meskipun umat Islam tinggal didaerah Non Muslim. Oleh karena itu, perlu untuk meningkatkan kesadaran akan konsumsi makanan halal. Kesadaran tentang makanan “halal” tidak hanya terbatas pada negara minoritas muslim tetapi juga mendapat momentum di negara-negara mayoritas muslim. Shaari, (2010) menjelaskan bahwa kesadaran halal adalah pengetahuan konsumen Muslim untuk menemukan dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam. Pengembangan penelitian yang berkaitan dengan kesadaran halal beberapa tahun ini meningkat pesat (Ardyanti, 2013; Mak et al., 2012; Waskito, 2015). Makanan halal juga menjadi kekuatan menarik bisnis di negara-negara non-Muslim (Ardyanti, 2013).

Kebutuhan makanan halal untuk negara-negara Muslim seperti Indonesia akan sangat penting dan harus dikelola dengan baik dan benar. Makanan dan minuman merupakan pengaruh utama bagi para wisatawan dalam menentukan tujuan perjalanan mereka (Mak et al., 2012; Pullphothong dan Sopha, 2013). Selain mendapatkan pengalaman dan belajar tentang masakan setempat serta memahami lebih baik tentang budaya lokal dan identitasnya (Han et al., 2019). Industri makanan baru-baru ini ditandai dengan perubahan dalam sikap terhadap makanan oleh masyarakat umum. Hal yang baru yaitu permintaan untuk kesejahteraan dan perhatian baru pada konsep keberlanjutan dan pelestarian keragaman budaya (Corvo, 2015). Ini menciptakan ruang baru untuk pariwisata berdasarkan makanan tradisional dan budaya masyarakat pedesaan (Garibaldi, 2018). Selain dari itu faktor-faktor umum seperti iklim, akomodasi, dan pemandangan, keahlian

memasak mempunyai peran penting dalam evaluasi wisatawan terhadap daya tarik destinasi (Claudio et al., 2017; Okumus dan Cetin, 2018). Kivela dan Crotts, (2006) menegaskan bahwa gastronomi adalah komponen penting dari pengalaman wisatawan tentang destinasi. Oleh karena itu tidak mengherankan bahwa penelitian terbaru tentang pentingnya pariwisata gastronomi sebagai elemen penting dari industri pariwisata yang harus dikelola secara optimal (Molaei Hashjin N, 2015).

Selanjutnya, masakan daerah, pertanian lokal, makanan tradisional metode persiapan makanan mengembangkan hubungan yang lebih kuat dengan suatu daerah, dan memungkinkan seseorang untuk memahami budaya lain melalui perjalanan (Georgica, 2015). Perubahan besar dalam sikap telah dipupuk melalui *slow food*. Pergerakan yang perjalanan *slow* adalah komponen (Georgica, 2015). Budaya ini dan gerakan politik merupakan salah satu yang paling signifikan dan relevan pendekatan untuk gaya konsumsi yang bertujuan untuk kualitas hidup yang lebih baik dan meningkatkan kehidupan sehari-hari (Georgica, 2015).

Gerakan ini berasal dari Italia pada tahun 1989 sebagai cikal bakal industrialisasi bidang makanan sehat. Saat ini mencakup lebih dari 100.000 anggota dan 1500 *convivia* di 160 negara. Gagasan dasar dari gerakan *slow food* yang diungkapkan oleh pendiri Carlo Petrini dalam konsep makanan yang baik, bersih, dan adil, yang mencakup dimensi estetika dan aspek politik sosial. Gerakan *slow food* mendukung dan mempromosikan produk lokal dan kaitannya dengan lingkungan, budaya serta berkontribusi untuk meningkatkan pendapat marginal dari masyarakat setempat (West dan Domingos, 2011). Hal ini tidak terbatas pada pasar makanan tetapi berkontribusi dalam transformasi pariwisata. Hal yang utama menjadi perhatian wisatawan mengenai kualitas makanan, asal dan metode produksinya serta mampu memberikan kepuasan terhadap konsumsi makanan (Molaei Hashjin N, 2015).

Pada saat yang sama, keinginan muncul untuk produk makanan tradisional dan khas semakin tinggi, dapat mengubah perhatian publik dari destinasi yang lebih konvensional seperti kota atau desa wisata, hingga destinasi baru, khususnya masyarakat di daerah pedesaan (Shahi, 2015). Keberhasilan wisata makanan dan implikasinya bagi masyarakat pedesaan menimbulkan pertanyaan penting dalam hal keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Fontefrancesco, 2018). Ini

membuktikan bahwa makanan mempunyai peranan yang penting bagi keluarga dan kelompok lain didalamnya termasuk pola komunikasi dan ritual sosial.

Setiap wisatawan perlu mengkonsumsi makanan ditempat destinasi, dan pengeluaran makanan diperkirakan mencapai sepertiga dari total pengeluaran wisatawan di suatu destinasi. Makanan juga faktor utama dalam pengalaman perjalanan wisatawan (Henderson, 2015). Meskipun makanan pernah dianggap menempati peran kedua dalam pariwisata (Ignatov dan Smith, 2008). Studi tentang perjalanan ke tujuan kuliner menunjukkan hubungan yang signifikan antara citra makanan suatu tempat dan niat turis untuk mengunjungi, serta peningkatan terhadap makanan dalam mempromosikan destinasi (Chi, 2017). Merespon permintaan, wisatawan ditawarkan makanan yang *slow* dan halal, dengan fokus pada konsep kesejahteraan dan warisan dari pemeliharaan lingkungan yang dapat meningkatkan produk lokal serta mengembangkan pasar yang menguntungkan pasar produsen. Konsep ini mengkaji dari sisi konsumen di sepanjang sistem produksi makanan dan konsumsi makanan. Sebagai contoh, makanan menandakan ciri-ciri masakan asli dengan pemahaman tentang di mana dan bagaimana makanan dihasilkan. Produk lokal juga memberi kesenangan makanan dengan bertanggung jawab dan *sustainability* untuk melestarikan makanan dan berbagai pusaka kuliner keanekaragaman hayati (*Slowfood*, 2015). Konsep *food tourism* perlahan menjadi bagian dari pengembangan tujuan serta kajian dari perkembangan dan fenomena konsep *slow food*, (Nilsson et al., 2011; Semmens dan Freeman, 2012; Hatipoglu, 2015).

Kecenderungan wisatawan mengkonsumsi makanan dengan baik, *slow food* telah menjadi sebuah produk yang sektor manajerial harus dilayani. Belajar pada tahap saat ini dari *slow food* dalam industri pariwisata dengan mengevaluasi melalui perspektif turis akan dapat memberikan manfaat bagi sektor manajerial dari industri pariwisata. Danau Toba merupakan bagian dari kabupaten Toba Samosir. Salah satu visi Dinas Pariwisata, seni dan Budaya Kabupaten Toba Samosir adalah menjadikan pariwisata yang indah di Toba Samosir yang didukung oleh sumber daya alam dengan keindahan Danau Toba. Sektor pariwisata di Danau Toba merupakan salah satu sumber pendapatan daerah. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah wisatawan yang datang ke Danau Toba sangat banyak. Faktor utama yang

menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan Danau Toba adalah keindahan alamnya. Keindahan alam Danau Toba yang terbentang di tujuh (7) kabupaten yaitu Simalungun, Toba Samosir, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan, Dairi, Karo, dan Samosir yang menjadikan Danau Toba ditetapkan sebagai salah satu destinasi pariwisata super prioritas. Danau Toba merupakan salah satu dari lima destinasi wisata super prioritas yang menjadi fokus Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif (Kemenparekraf).

Mayoritas penduduk yang tinggal di daerah Danau Toba Samosir memeluk agama kristen sebanyak 98,90% dengan rincian protestan 56,47% dan katolik 42,43%. Sedangkan penduduk yang beragama Islam hanya sebesar 1,10%, serta penduduk yang menganut kepercayaan Parmalim dan agama Buddha sebesar 0,01% (https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Samosir). Daerah Danau Toba selain memberikan keindahan alam, juga menyediakan wisata adat Batak Toba diantaranya peninggalan budaya Batak Toba, museum Batak, tempat pembuatan kain adat Ulos, pertunjukan Tari Tortor, pertunjukan Sigale-gale dan kuliner khas Batak.

Beberapa kuliner khas Batak yang dapat ditemui pada saat berkunjung ke wilayah Danau Toba diantaranya arsik, naniura, natinombur, manuk napinadar, cipera, tasak telu, dayok nabinatur, lapet, itak gurgur, ombus-ombus, pohul-pohul, sasagun, dan tatipa. Jenis makanan ini banyak disediakan oleh rumah makan khas batak yang sehingga pengunjung muslim ragu untuk menikmati makanan tersebut. Berdasarkan data yang telah diuraikan yang menyatakan sebagian besar penduduknya merupakan non-muslim. Hal ini memberikan keraguan bagi pengunjung khususnya Muslim untuk dapat menikmati makanan yang ada di daerah Danau Toba tersebut. Pengunjung atau wisatawan hanya datang untuk menikmati keindahan alam Danau Toba. Penelitian ini, akan memperlihatkan dan mengidentifikasi apakah makanan mempunyai peranan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan untuk berlibur khususnya bagi wisatawan muslim, apakah individual atau kelompok melakukan perjalanan karena keterkaitan dengan makanan atau dengan jenis kegiatan lain yang dapat dilakukan selama destinasi wisata.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pengunjung terhadap *slow food* dan *halal food* terhadap pullers destinasi wisata Danau Toba?
2. Bagaimana pengaruh *slow food* terhadap *halal food* di Danau Toba?
3. Bagaimana pengaruh *slow food* terhadap pullers destinasi wisata Danau Toba?
4. Bagaimana pengaruh *halal food* terhadap pullers destinasi wisata Danau Toba?

C. Tujuan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan pada rumusan masalah di atas akan dijawab dalam penelitian ini. Dengan demikian, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan persepsi pengunjung terhadap *slow food* dan *halal food* terhadap pullers destinasi wisata Danau Toba.
2. Menganalisis pengaruh *slow food* terhadap *halal food* di Danau Toba.
3. Menganalisis pengaruh *slow food* terhadap pullers destinasi wisata Danau Toba.
4. Menganalisis pengaruh *halal food* terhadap pullers destinasi wisata Danau Toba.



D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta bagi pengambil kebijakan terutama dibidang pariwisata.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan warna tersendiri dalam pengembangan destinasi wisata yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian daerah.

3. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal untuk dapat meningkatkan kualitas hidupnya serta memberikan masukan kepada pemerintah daerah khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam membuat kebijakan guna meningkatkan industri pariwisata di Danau Toba Provinsi Sumatera Utara.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disertasi ini terdiri dari 6 bab yang terdiri dari Bab pendahuluan, Tinjauan Pustaka, metode penelitian, analisis kualitatif, analisis kuantitatif dan penutup. Untuk lebih rinci mengenai sistematika penulisan ini dipaparkan sebagai berikut:

Bab pertama terdiri dari pendahuluan dengan lima sub pokok bahasan yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Selanjutnya pada bab kedua terdiri dari tinjauan pustaka dengan menguraikan lebih rinci teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian seperti gastronomi, *food tourism*, *halal food*, *slow food* dan destinasi wisata. Bab ketiga pada penelitian ini merupakan metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif serta metode pengolahan data menggunakan *structural equation modelling* (SEM).

Bab keempat berisi tentang pembahasan data penelitian secara kualitatif yang lebih terperinci mengenai persepsi pengunjung tentang *slow food* dan *halal food* sebagai *pullers* destinasi daerah. Bab kelima berisi tentang pembahasan data penelitian secara kuantitatif yang lebih terperinci, dimulai dari profil responden, analisis tingkat capaian responden dan analisis data dengan *structural equation modelling* (SEM), serta kebaharuan dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang sudah didapat nanti akan dianalisis dengan menguraikan temuan-temuan terdahulu dan akhirnya akan menghasilkan temuan baru atau kebaharuan. Bab enam merupakan bab terakhir pada penelitian ini yang memaparkan tentang kesimpulan, saran, temuan penelitian, dan keterbatasan penelitian serta implikasi penelitian.